

### **BAB III**

#### **PENYAJIAN DATA**

Penyajian data berikut ini berdasarkan hasil penelitian penulis yang dilaksanakan di PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang peranan humas dalam membina hubungan dengan pelanggan di PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru. Teknik penulisan data yang penulis gunakan sesuai dengan apa yang penulis uraikan sebelumnya pada bab pendahuluan yaitu dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

##### **A. Peranan Humas Dalam Membina Hubungan Dengan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang.**

Keterbatasan kemampuan PT. PLN dalam memenuhi kebutuhan energi listrik pada masyarakat mengakibatkan kualitas pelayanan tidak sesuai dengan harapan pelanggan hal ini menimbulkan kendala bagi pelanggan. Oleh karena itu sangat diperlukan peranan humas PT. PLN dalam membina hubungan dengan pelanggan, antara lain menjelaskan tentang kondisi kemampuan, keterbatasan-keterbatasan yang diambil oleh PT. PLN kepada pelanggan agar mendapatkan kepercayaan dari mereka.

Melihat banyak dan komplek serta terkaitnya antara peran dan sikap yang harus dimiliki oleh seorang humas, maka peneliti memandang dan perlu mengambil secara garis besar atas apa saja indikator dan pernyataan yang mencakup peran humas di instansi PT. PLN (Persero). Sehingga dari penjabaran

data ini dapat dianalisa di bab berikutnya, adapun indikator dari peran humas meliputi:

### **1. Humas Berperan Sebagai Penasehat Ahli (*Expert Presciber*)**

Humas adalah sebuah unit yang mempunyai tugas untuk membangun kerja sama, saling pengertian, saling menghargai dengan komunikasi dua arah. Humas merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan mengelola hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat (publik). Keberhasilan atau kegagalan hubungan ini tergantung pada fungsinya sehingga wajar diperusahaan yang berskala besar humas diletakkan sebagai penasehat ahli. Menurut kepala Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru bapak M. Anson, SE.

*“humas belum di beri kesempatan untuk menjalankan peran sebagai penasehat ahli, hal ini di buktikan ketika tim manajemen perusahaan belum melibatkan humas langsung dalam pengambilan keputusan dalam menangani masalah yang berhubungan dengan pelanggan. Contohnya, adanya masalah terhadap pelanggan yang dimuat di media massa seperti Riau Pos, humas masih belum memiliki wewenang untuk menjawab langsung kepada pelanggan. Hal ini dikarenakan setiap masalah atau keluhan yang dihadapi pelanggan tersebut menyangkut citra perusahaan..” M. Anson,SE (wawancara, kepala humas PT. PLN (Persero) tanggal 03 juni 2014).*

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Dalvis Bustami beliau mengatakan:

*“hubungan pimpinan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru dengan humas belum begitu dekat, dimana pimpinan perusahaan dalam memberikan perintah kepada humas masih berupa memo atau surat perintah untuk melaksanakan kegiatan kehumasan sehubungan dengan masalah yang ada seperti masalah dengan pelanggan”. Dalvis Bustami (wawancara, Asisten manajer sumber daya manusia PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru tanggal 04 juni 2014).*

Dari penjelasan diatas, terlihat bahwa peranan humas sebagai penasehat ahli di PT. PLN (Persero) belum terlaksana dengan baik karena humas belum diberi wewenang sepenuhnya oleh pihak manajemen perusahaan sehingga tidak mudah bagi humas untuk menjalankan perannya tersebut.

## **2. Humas Berperan Sebagai Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*)**

Humas merupakan suatu bagian dalam organisasi/ perusahaan yang berperan sebagai sarana komunikasi internal maupun eksternal perusahaan. Mereka berupaya untuk memberikan informasi tentang segala kegiatan, kebijakan, dan prosedur dan sekaligus untuk membangun/ mempertahankan citra positif organisasi/ perusahaan tersebut. Berikut hasil wawancara dengan Bapak M. Anson, SE:

*“humas sudah menjalankan perannya sebagai fasilitator komunikasi dalam membina hubungan dengan pelanggan, dimana setiap masalah dari masyarakat tersebut dicatat, kemudian disampaikan kepada pimpinan perusahaan. Selain itu jawaban atas masalah dari pelanggan ditampilkan dan informasikan kembali kepada masyarakat atau pelanggan melalui media”. M.Anson,SE (wawancara, kepala humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru, tanggal 03 juni 2014).*

Praktisi humas tentunya tidak lepas dari perannya sebagai fasilitator komunikasi terhadap masyarakat terutama pada pelanggan yang kurang memahami informasi pada perusahaan, dan ini pula yang telah diterapkan oleh humas PT. PLN (Persero) dalam menjalankan perannya sebagai humas. Bagaimana peranan humas dalam menyebarkan informasi terhadap pelanggannya. Berikut wawancara dengan ibu Astuti selaku staf humas:

*“setiap masalah yang ada, seperti dalam media massa mengenai masalah daya pemakain listrik ataupun masalah yang lainnya, kami catat dan di tampung secara keseluruhan dan kemudian disampaikan kepada manajemen perusahaan, kemudian jawaban dari masalah tersebut disampaikan kembali melalui media massa sehingga masyarakat atau pelanggan paham dan mengerti tentang informasi ataupun penjelasan yang diberikan dan mengerti tentang kondisi kelistrikan di kota pekanbaru”. Astuti (wawancara, staf humas, tanggal 04 juni 2014).*

Senada dengan yang diucapkan oleh ibu Nerawati selaku petugas staf humas:

*“tentunya humas bekerjasama dengan pihak media sehingga informasi dapat disampaikan dan diterima dengan cepat oleh pelanggan”. Nerawati (wawancara, petugas staf humas, tanggal 04 juni 2014)*

Jelaslah bahwa dalam menyebarkan informasi kepada pelanggan maka pihak humas bekerjasama dengan pihak media sehingga dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam menerima informasi yang dibutuhkan.

Dalam hal ini Humas PT. PLN (Persero) dalam membina hubungan dengan pelanggan telah menerapkan perannya sebagai fasilitator komunikasi sehingga permasalahan dapat terselesaikan dengan baik melalui komunikasi yang baik disertai perencanaan yang matang guna menunjang keberhasilan pesan yang akan disampaikan oleh humas.

### **3. Humas Berperan Sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*).**

Sebagai suatu manajemen dalam menyelesaikan masalah, merupakan bagaimana cara memimpin (*leadership*) orang lain dan mengorganisir opini eksternal maupun internal agar tindakan sesuai dengan yang diharapkan demi mencapai tujuan bersama pada sebuah

perusahaan. Termasuk manajemen untuk mengelola bidang keuangan, manajemen pemasaran dan lain sebagainya. Disamping itu kemampuan praktisi Humas dalam berkomunikasi (*Communication Skill*) dan membangun hubungan (*Relationship*) yang positif dalam menyelesaikan masalah. Berikut ini hasil wawancara dengan bapak M. Anson,SE.

*“Selama bekerja sebagai seorang kepala humas, humas sudah dilibatkan langsung oleh tim manajemen perusahaan dalam setiap masalah yang berhubungan dengan pelanggan, walaupun pada dasarnya setiap kebijakan yang humas berikan dan humas jelaskan kepada masyarakat itu juga sesuai dengan apa yang telah di tentukan oleh pihak perusahaan”.* M. Anson,SE (wawancara, kepala humas PT. PLN (Persero), tanggal 03 juni 2014)

Ini juga disinggung melalui wawancara dengan asisten manajer sumberdaya manusia, bapak dalvis bustami dengan singkat menegaskan:

*“pada PT. PLN humas sudah diberikan kepercayaan dalam proses pemecahan masalah walaupun tidak secara langsung dalam menjalankan tugasnya karena apa yang akan disampaikan oleh humas ini menyangkut kebaikan perusahaan dan pelanggan”.* Dalvis Bustami (wawancara, asisten manajer sumberdaya manusia PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru, tanggal 04 juni 2014).

Keterlibatan humas dalam memecahkan masalah terhadap pelanggan sudah terlaksana dengan baik karena tim manajemen perusahaan sudah mengikut sertakan praktisi humas dalam menghadapi masalah tersebut dan sesuai dengan tugas pokok humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah. Membina hubungan dengan pelanggan tidak lepas dari permasalahan dan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Jika terjadi permasalahan seperti penunggakan listrik apa yang dilakukan oleh pihak humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru. Berikut wawancara dengan bapak M. Anson,SE:

*“Sebagai seorang humas akan berpedoman pada aturan apabila ada masyarakat atau pelanggan yang tidak membayar rekening listrik atau melakukan tunggakan maka saya akan berusaha menginformasikan kepada masyarakat atau pelanggan melalui surat pemberitahuan yang akan dibawa oleh petugas lapangan, apabila masyarakat tidak segera membayar rekening listrik tepat pada waktunya maka pemutusan aliran listrik sementara akan dilaksanakan oleh petugas pemutusan. Selain itu juga saya akan menyampaikan informasi jadwal pembayaran rekening listrik mulai tanggal 5 s/d 25 setiap bulannya tersebut dalam bentuk iklan pemberitahuan yang diletakkan pada setiap rumah pelanggan”. M. Anson,SE (wawancara, kepala humas PT. PLN (Persero), tanggal 03 juni 2014)*

Dari penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa dengan tegas pihak perusahaan mengambil tindakan yang berpedoman pada aturan yang telah ditetapkan dan disepakati sebelumnya. Hanya saja tindakan tegas ini harus beriringan dengan pelayanan yang maksimal dengan yang diberikan, perusahaan tidak serta merta menindak tegas bila memang itu kekurangan dan kelalaian perusahaan, dan hal ini disadari betul oleh humas.

#### **4. Humas Berperan Sebagai Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)**

Humas mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan, khususnya dalam kehidupan organisasi, karena hidup matinya sebuah perusahaan atau organisasi tergantung terhadap peranan humas. Hal ini tak lepas dari kegiatan yang mereka lakukan berhubungan langsung dengan seluruh publik perusahaan/organisasi, dan pada dasarnya keberadaan sebuah perusahaan/organisasi amatlah tergantung pada publik. Berikut hasil wawancara dengan bapak M.Anson,SE. Beliau juga mengatakan:

*“humas PT. PLN (Persero) sudah menjalankan perannya sebagai teknisi komunikasi yang secara langsung dalam membina hubungan dengan pelanggan yaitu dengan memberikan informasi melalui iklan di media massa (Riau Pos), dengan menyediakan layanan komunikasi call center 123. Dengan adanya layanan call center 123 masyarakat atau pelanggan dapat menyampaikan setiap informasi yang dibutuhkan atau keluhannya dan petugas call center akan mencatat dan menampung setiap masalah dari masyarakat dan menyampaikannya kepada petugas di lapangan. Karena call center ini selalu ada dalam waktu 24 jam”. M. Anson,SE (wawancara, kepala humas, tanggal 03 juni 2014).*

Senada dengan yang diungkapkan oleh Ibu Dewi selaku petugas Call Center 123.

*“dengan adanya call center 123 memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk menyampaikan kendalanya maupun untuk mengetahui informasi tentang tagihan, kenaikan daya, gangguan dan pemasangan meteran listrik yang baru”. Dewi (wawancara, petugas call center 123, tanggal 04 juni 2014).*

Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru dalam membina hubungan dengan pelanggan, telah menerapkan perannya sebagai teknisi komunikasi sehingga permasalahan dapat terselesaikan dengan baik.

## **B. Upaya-upaya Humas Dalam Membina Hubungan Dengan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru.**

Fungsi humas dengan publik eksternal merupakan suatu kegiatan sosial dalam rangka membangkitkan partisipasi masyarakat terhadap usaha-usaha dan tujuan humas seperti mengupayakan terciptanya *public confidence*, *pubic support* dan *public cooperation*. Dalam upaya membina hubungan dengan pelanggan tidak lepas dari masalah pelayanan dan keluhan yang terjadi dan di alami oleh pelanggan. Maka dari itu, demi meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan

PT. PLN mencanangkan program-program diantaranya program komunikasi PLN yang tujuannya untuk mendidik masyarakat/ pelanggan untuk menghemat sumber daya listrik, antara lain melalui penyuluhan kepada masyarakat khususnya pelanggan PT. PLN (Persero), pemasangan spanduk-spanduk di setiap loket PT. PLN, penayangan iklan layanan masyarakat di TV, radio dan media cetak.

*“sebagai seorang praktisi humas PT. PLN (Persero) humas menunjang kegiatan manajemen perusahaan seperti membuat iklan di media massa, membina hubungan yang harmonis antara PT. PLN (Persero) dengan berbagai publik, baik internal maupun eksternal”. M. Anson,SE (wawancara, kepala humas, tanggal 03 juni 2014).*

Siapa yang termasuk publik internal PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru.

*“adapun yang menjadi publik internal PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru adalah, para karyawan, dan para rekanan PT PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru seperti PT. Telekomunikasi Indonesia, PT. POS, PT. Riandra, PT. Mirna Roza, PT. Gerakan Muda Tenaga Riau (GMTR) dan sebagainya”. Astuti ( wawancara, staf humas, tanggal 04 juni 2014)*

Kegiatan yang dilakukan humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru dalam membina hubungan dengan publik internal perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Membuat majalah dinding.
- b. Membentuk sarana komunikasi misalnya melakukan pengajian bersama.
- c. Melakukan pelatihan kerja kepada para karyawan dan rekanan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru.
- d. Melakukan senam setiap hari jum'at.
- e. Membuat ucapan seperti ucapan belasungkawa, ucapan selamat atas pernikahan, ucapan selamat atas kelahiran dan lain sebagainya.
- f. Upacara bendera dan upacara khusus seperti pelantikan/ serah terima jabatan. *Astuti (wawancara, staf humas, tanggal 04 juni 2014).*

Sesuai dengan wawancara oleh bapak M. Anson,SE selaku kepala humas PT. PLN (Persero).



*“kami sering membantu masyarakat, seperti penyetujuan proposal kegiatan kemerdekaan, bantuan acara adat seperti mandi balimau pemberian bantuan pos kampling, lampu jalan gratis, bantuan kemasjid senilai 10 juta, santunan 70 anak yatim, setiap tahunnya. Dan itu kami lakukan untuk menunjukkan bahwa kami peduli pada masyarakat sekitar”. M. Anson, SE. (wawancara, kepala humas, tanggal 03 juni 2014)*

Adapun peran eksternal humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang

Pekanbaru dalam membina hubungan dengan pelanggan yaitu:

1. Membina hubungan dengan media massa
2. Menyediakan layanan komunikasi informasi call center 123
3. Melakukan kerjasama dengan rekanan Perusahaan Listrik Negara (PLN)
4. Pemasangan iklan
  - a. Iklan pemberitahuan jadwal pemadaman
  - b. Iklan hemat listrik
  - c. Dan iklan pelayanan pelanggan/ informasi
5. Pemasangan simbol-simbol keterangan informasi. *Astuti (wawancara, Staf humas, tanggal 04 juni 2014).*

### **C. Tanggapan Pelanggan Tentang Peranan Humas Dalam Membina Hubungan Dengan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru.**

Berikut hasil wawancara dengan pelanggan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Cabang Pekanbaru.

1. Menghargai kepentingan dan kebutuhan pelanggan,

Aspek menghargai setiap pendapat yang diutarakan oleh humas sangat penting ketika menghadapi keluhan/ masalah pelanggan dalam menyampaikan kekurangan pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero), instansi ini memberikan pelayanan yang terbaik dalam melaksanakan kegiatan yang diperuntukkan oleh masyarakat. sesuai dengan wawancara salah seorang pelanggan:

*“Saya pernah menyampaikan kepada PLN lewat telepon betapa sangat mengganggu pemataman bergilir pada usaha laundry saya, lalu pihak PLN menerangkan bahwa pemataman ini sebagai bentuk untuk penghematan daya disaat krisis dan perbaikan dibeberapa gardu utama sehingga dengan bergilirnya pemataman ini menjaga suplay daya tetap terjaga, dan PLN berjanji akan mengurangi pemataman bergilir, dan alhasil sekarang menjadi berkurang pemataman itu, saya merasa cukup puas”. Ibu berta (wawancara, wiraswasta, tanggal 05 Juni 2014)*

Kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam kompetisi pasar. Ada saatnya seorang pengusaha harus berhadapan dengan keluhan pelanggan yang tak jarang datang dengan amarah. Tantangannya adalah kemampuan perusahaan dalam menangani situasi tersebut dan membuat pelanggan merasa puas. Kemampuan perusahaan PLN menangani keluhan secara efektif berpeluang mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang mempromosikan produk jasa PT. PLN.

Namun hal itu bukanlah semudah membalikkan telapak tangan pada masalah lain beberapa wawancara dengan pelanggan mengenai kekurangan pelayanan PT. PLN yang dikemukakan oleh seorang karyawan swasta bernama nurkholismajid.

*“Saya sering mengeluhkan pada PLN tentang meteran yang tidak sesuai dengan pembayaran, saya telah meninggalkan rumah kontrakan saya selama 3 bulan karena ada urusan kerja keluar kota, tapi ketika saya membayar di loket pembayaran, saya terkejut melihat tagihan yang harus saya bayar sebanyak 800 ribu, padahal Cuma satu buah lampu yang hidup, saya laporkan masalah ini ke pusat tentang masalah saya,, iya ke iya aja jawaban dari mereka tapi gak ada di lihatnya ke rumah, jadi merasa dibodohi kita sama pihak PLN”. Nurkholismajid (wawancara, karyawan swasta, tanggal 05 Juni 2014).*

Berorientasi dalam menjaga pelanggan dalam menangani masalah pelanggan sangat penting dengan mendengarkan secara seksama Jangan

bersikap acuh/hanya diam saja. Pelanggan hanya marah karena memiliki masalah dengan produk atau layanan, bukan dalam hal yang personal. Ucapkan ulang segala keluhan mereka untuk menunjukkan bahwa keluhan mereka didengar dan menghargai apa kepentingan dan kebutuhan mereka.

Dalam melihat kebutuhan pelanggan seputar masalah/ keluhan Pihak humas sangat mencoba menjawab dengan memposisikan diri sebagai pelanggan sehingga terkesan ada rasa yang sama tentang perasaan menyikapi masalah, antara pelanggan dengan PLN, dan ini sesuai dengan salah seorang wawancara pelanggan yang bernama bapak Brewok.

*“Saya sering menyampaikan keluhan tentang meningkatnya tarif dasar listrik tanpa diimbangi dengan pelayanan yang baik tapi kedepannya pihak humas selalu mengatakan, maaf pak kami merasakan apa yang bapak keluhkan dan kamipun ingin berubah untuk kearah yang lebih baik, hanya saja beri kami waktu untuk merubah diri, sekali lagi kami mohon maaf ya pak, sehingga karena keramahan mereka ini membuat saya menjadi reda marahnya karena terkesan menghaargai dan merasakan apa yang kita rasakan”. Bapak Brewok (wawancara, pedagang, tanggal 05 Juni 2014)*

2. Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi, sikap tindak perilaku dalam hal melayani kepentingan/ kebutuhan pelanggan.

Memiliki jumlah pelanggan yang sangat besar adalah tujuan setiap perusahaan. Melalui pelanggan-pelanggan tersebutlah, perusahaan yang dijalankan akan dapat berputar menghasilkan profit yang diharapkan. Namun untuk membuat calon pelanggan atau para pelanggan jatuh hati dan setia dengan produk jasa yang kita tawarkan merupakan pekerjaan yang besar, apa lagi ditambah dengan strategi para kompetitor yang lebih agresif. Oleh karena itu, mengetahui dan memenuhi apa yang pelanggan inginkan adalah langkah awal dalam menggapai kesuksesan tersebut.

Menjaga kesopanan dalam berbicara sangat dibutuhkan dalam aspek memperhatikan pelanggan, ini sesuai dengan wawancara dengan ibu Wagiem.

*“ini terjadi waktu saya mau membayar listrik di loket pembayaran ternyata yang harus saya bayar tidak sesuai dan terlalu mahal, sambil marah-marah aja saya samperin petugasnya itu tapi pegawainya selalu menjawab pertanyaan saya dengan ucapan maaf ada yang bisa kami bantu, maaf ibu kami memang khilaf, maaf ibu apa pertanyaan tadi, bahkan ketika saya marah marah karena tunggakan tagihan saya sangat besar mereka cenderung prihatin dengan mendengarkan marah marah saya pihak PLN secara sabar dan meminta maaf, saya salut pada bahasa sopannya pihak humas PLN”. Ibu Wagiem (wawancara, IRT, tanggal 05 Juni 2014).*

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu kunci sukses dalam membangun hubungan yang saling membutuhkan. Agar mereka merasa senang dan puas, maka kita hendaknya mengetahui dan memenuhi apa yang diinginkan pelanggan. Namun, terkadang apa yang telah maksimal kita lakukan ternyata belum mampu membuat mereka merasa terkesan terhadap produk jasa yang kita tawarkan.

Bahkan terkadang kita merasa jengkel menghadapi pelanggan dengan karakter yang sulit kita pahami. Tipe pelanggan ini lebih aktif berbicara, bahkan terkadang sangat berlebihan, sehingga kita kewalahan meladeni berbagai pertanyaan dan kritikan yang ia lontarkan. Untuk menarik hati para pelanggan seperti ini, humas harus menjadi pendengar yang baik. Berbicaralah sedikit saja, terutama poin-poin yang penting. Biarkan pelanggan tersebut menguasai pembicaraan, sembari sesekali mengalihkan topik pembicaraannya dan sopan dalam menaggapinya.

Dalam cakupan lain kesopanan dalam bersikap sangat penting dicontohkan oleh humas dalam menghadapi keluhan pelanggan, seperti yang diutarakan oleh bapak once hutabarat.

*“Saya pernah marah marah kepada PT. PLN (Persero) karena waktu kami lagi pesta adat batak tiba-tiba mati lampu padahal itu acara sakral, karena tak enak dan malu pada tamu, saya kesana dengan rasa kesal namun sampai disana pihak PLN menjelaskan dan menanggapi dengan sopan, dengan menerangkan bahwa ada perbaikan disekitar gardu PLN tempat bapak, sehingga saya merasa malu dengan arogan saya, tapi bagaimanapun siapa yang tidak marah dengan kejadian seperti yang saya alami ini, pihak PLN harus tanggung jawab”. Once hutabarat (wawancara, karyawan swasta, tanggal 05 juni 2014).*

Selanjutnya beberapa wawancara yang menggambarkan sikap humas dari mata pelanggan PT. PLN, wawancara dengan bapak Buryam S.Pd

*“Saya pernah mencoba pemasangan PLN dengan sistem voucher namun setelah dipasang dengan voucher 50 ribu belum 3 hari sudah habis, saya keluhan ini kepada PT. PLN, namun sikap humas yang ramah membuat saya enggan untuk marah, humas malah menghadirkan teknisi kerumah untuk mengecek apakah ada konsleting listrik atau sejenisnya yang mempengaruhi beban daya sehingga cepat habis, saya kecewa dengan produk voucher dari PLN ini namun tapi saya suka cara humas menanggapi keluhan saya dengan ramah dan sopan” Bapak Buryam (wawancara, guru honorer, tanggal 05 Juni 2014).*

3. Bersikap bijak dan bekerja secara profesional, serta dapat diandalkan dan dapat dipercaya.

Ketika menghadapi pelanggan kita harus berkepal dingin, bijaksana dan tentu saja sabar, terutama ketika berhadapan dengan pelanggan yang rewel. Berdasarkan penelitian, pelanggan terdiri dari 20% orang yang tidak mudah memaafkan dan 80% orang yang mudah memaafkan. Oleh karenanya, Ada perlunya menggunakan pendekatan

yang paling tepat untuk menghadapi kemarahan pelanggan sejak awal sebelum masalah menjadi lebih besar.

Tidak semua pelanggan akan mengeluhkan langsung ketidakpuasan terhadap produk jasa PT. PLN (Persero). Oleh karena itu, Ada perlu untuk mencari tahu letak ketidakpuasannya. Salah satunya bisa dengan cara melakukan riset kepada pelanggan. Hasil riset tersebut bisa menjadi wacana untuk berdiskusi dan merancang upaya baru untuk meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Selain itu, setelah mengetahui hasil langkah penting yang harus dilakukan adalah dengan membenahi persoalan pelanggan satu persatu.

Bersikap profesional dalam berfikir dan bertindak merupakan cermin kematangan dan kebijakan humas yang telah matang, wawancara pelanggan merupakan landasan bahwa humas itu harus bersikap bijak.

*“dalam hal sikap ini kebanyakan humas hanya mementingkan perusahaannya tanpa memikirkan pelanggannya, pelanggan hanya dianggap mesin uang tanpa didengar betul keluhannya, banyak keluhan yang kami sampaikan namun lamban ditanggapinya apakah ini bentuk kemajuan pelayanan dari kinerja PT. PLN”. Bapak Al muzaini (wawancara, wiraswasta, tanggal 06 juni 2014).*

Di saat yang sama, perusahaan-perusahaan dapat menggunakan analisis data untuk mengetahui lebih dalam mengenai pandangan berbagai pelanggan yang ada dan calon pelanggan yang menyimpan potensi bisnis tinggi mengenai penggunaan data dan jenis informasi yang mereka peroleh secara sukarela. Mendapatkan pemahaman mendalam mengenai sentimen pelanggan membantu perusahaan untuk mengembangkan kebijakan penggunaan data yang diterima di mata pelanggan dan semua pemangku

kepentingan yang pada gilirannya dapat memperkokoh kepercayaan pelanggan dan membangun manfaat pelanggan dalam jangka panjang.

Namun kenyataan penjabaran diatas bukanlah hal yang mudah diterapkan sangat beda dengan yang dilapangan sesuai dengan wawancara berikut ini:

*“Untuk bersikap bijak dalam mengambil keputusan sangat sulit diterapkan oleh PT. PLN bagaimana tidak kinerja yang semakin buruk pemadaman bergilir banyaknya calo lapangan dari pemasangan PLN pada meteran baru serta kepercayaan yang minim dari masyarakat bahwa PLN bisa lebih baik sangat tipis ini terlihat dari makin anjloknya nilai saham yang terdapat di PT. PLN dan banyaknya keluhan yang itu saja sehingga masyarakat seperti dibodohi, yang dijual daya bukan barang, masa bisa mengalami kerugian milyaran rupiah, dimana letak keprofesionalan kerja PT. PLN” Bapak Husni mubarak (wawancara, pegawai negeri sipil , tanggal 06 juni 2014)*

Dalam aspek lain pihak humas juga dituntut untuk mampu meningkatkan kepercayaan ditengah masyarakat dengan kinerjanya yang diberikan untuk pelanggan, kekurangan memang ada namun bagaimana keluhan ini tidak sampai pada aksi yang anarkis, seperti wawancara

*“Kami sering mendemo PT. PLN secara bertahap dalam tahun 2014 ini saja sudah 2 kali, agar mampu menyelesaikan pemadaman bergilir, rakyat akan susah tarif dasar makin tinggi tapi pemadaman pun masih sering, jadi kami demo, ke PLN dan kantor DPRD dan bila tuntutan kami tidak didengar maka kami akan anarkis dengan membakar ban didepan kantor PLN, ini bentuk kekecewaan masyaraakat bung”, Ridwan (wawancara, Mahasiswa HMI UNRI, tanggal 06 juni 2014)*